

7. Жербин В.М. Информационное обеспечение АСУ. – М.: Наука, 1975. – 216 с.
8. Ясин Е.Г. Показатель // Математика и кибернетика в экономике. – М.: Экономика, 1975. – 12 с.
9. Тютюник А.Н. Логико-смысловой подход к системному описанию финансовых показателей в ОАСУ // Экономика и математические методы. Т. XV, вып. 3. – С. 547-558.
10. Вознесенский Э.А. Дискуссионные вопросы теории социалистических финансов. – М.: Финансы, 1969. – 238 с.
11. Алешинская Н.Г., Горелик В.Н., Тютюник А.Н. Логико-семантический анализ финансово-экономических показателей // Информационные языки в АСПР. – М.: ЦЭМИ АН СССР, 1977. – С. 19-23.
12. Тютюник А.Н. Описание финансовых показателей в «АСУ-прибор» // Вопросы разработки и развития ОАСУ, АСУ НО. Вып. 2 (28). – Минск: ЦНИИТУ, 1977. – С. 13-18.
13. Математический аппарат и методы формирования оптимальных параметров управления процессами строительного предприятия / В.И. Торкатюк, Л.Н. Шутенко, И.А. Дмитрук, А.С. Дудолод и др.; Под общ. ред. д.т.н., проф. В.И. Торкатюка. – Харьков: ХНАГХ, 2007. – 824 с.

*Получено 26.05.2008*

УДК 338.48 : 338.46 : 303.73

І.Б.АНДРЕНКО, канд. екон. наук

*Харківська національна академія міського господарства*

## **АНАЛІЗ ОБСЯГУ ПРОПОЗИЦІЙ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Пропонується методичний підхід до аналізу обсягу пропозицій і реалізації послуг туристського підприємства на базі даних статистичної звітності за формою №1-ТУР “Звіт про діяльність туристської організації”.

Активізація розвитку туризму та загострення конкуренції на туристському ринку вимагає використання найбільш ефективних методів управління підприємствами туристської сфери. Вибір цих методів для кожного окремого підприємства повинен ґрунтуватися на результатах детально проведеного фінансово-економічного аналізу діяльності.

Теоретичні аспекти аналізу діяльності підприємств у ринкових умовах функціонування розкриті в численних працях вітчизняних і закордонних науковців, зокрема Г.В.Савицької, В.Т.Долі, В.О.Костюка, О.О.Соболевої, І.І.Соболева [1-4] та ін. Однак особливої актуальності набувають у сучасних умовах питання прикладного аналізу на базі даних статистичної звітності.

Нами запропоновано методичний підхід до аналізу обсягу пропозицій і реалізації послуг туристського підприємства на базі даних статистичної звітності за формою №1-ТУР “Звіт про діяльність туристської організації”.

Інформаційною базою для аналізу є дані статистичної звітності за формою №1-ТУР “Звіт про діяльність туристської організації” за ряд років, наприклад за три роки.

Метою даного методичного підходу є набуття практичних навичок аналізу через оволодіння методиками розрахунків основних економічних показників діяльності підприємств туридустрії, моделювання господарчої і фінансової діяльності підприємства, визначення впливу факторів, виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємства.

Для досягнення цієї мети необхідна постановка і вирішення низки завдань:

1) охарактеризувати туристське підприємство за довідковими даними, даними Розділу 1 (власні підприємства розміщення туристів) і Розділу 2 (власні підприємства харчування);

2) розрахувати основні показники діяльності туристського підприємства і проаналізувати їх динаміку;

3) проаналізувати структуру обслугованих туристів за цілями відвідування, за віковими категоріями і зміни структури за 3 роки (за даними Розділів 3 і 3а);

4) проаналізувати розміщення туристів на території України і середню тривалість перебування в закладах розміщення (за даними Розділу 4);

5) проаналізувати дані про в'їзд іноземних туристів – динаміку кількості іноземних туристів і структуру туристських потоків, динаміку кількості турс-днів і середню тривалість подорожі за країнами, з яких прибули іноземні туристи (за даними Розділу 5);

6) проаналізувати дані про туристів, які виїжджали за кордон – динаміку кількості туристів і структуру туристських потоків, динаміку кількості турс-днів, середню тривалість подорожі за країнами, до яких виїжджали туристи, структуру обслугованих туристів, які виїхали повітряним, залізничним, автомобільним, морським транспортом (за даними Розділу 6);

7) за даними Розділу 7 проаналізувати основні фінансово-економічні показники та їх динаміку;

8) проілюструвати наочно динаміку основних показників діяльності туристського підприємства за допомогою різних типів діаграм;

9) скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; виявити фактори, що впливають на фінансові результати діяльності туристського підприємства; надати пропозиції щодо активізації роботи туристського підприємства.

Послідовність виконання:

1) Спочатку необхідно охарактеризувати туристське підприємство за довідковими даними, даними Розділу 1 (власні підприємства розміщення туристів) і Розділу 2 (власні підприємства харчування).

В характеристиці необхідно розкрити: назву суб'єкта туристичної діяльності; номер ліцензії і номер у реєстрі; поштовий індекс і адресу; форму власності; назву міністерства (відомства), акціонерного товариства тощо, у віданні якого перебуває суб'єкт туристичної діяльності; наявність і кількість власних підприємств розміщення туристів (готелів, санаторіїв, пансіонатів з лікуванням, санаторіїв-профілакторіїв, кемпінгів, мотелів, турбаз, молодіжних таборів, центрів), їх місткість; наявність і кількість власних підприємств харчування (ресторанів, барів, кафе, інших) і кількість посадкових місць у них.

При наявності додаткової інформації слід охарактеризувати основні напрямки діяльності.

2) Далі слід розрахувати основні показники діяльності туристського підприємства і проаналізувати їх динаміку.

Аналізуючи дані статистичної звітності за Формою №1-ТУР, доцільно розрахувати і проаналізувати показники, наведені в табл.1, а результати представити у вигляді табл.2.

Слід враховувати, що суб'єкти туристської діяльності заповнюють рядки з індексом «о», якщо вони обслуговували туристів за прямими договорами і рядки з індексом «а», якщо надавали туристські послуги за субдоговорами.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо обсягів реалізованих послуг туристським підприємством, побудувати графіки динаміки загальної кількості туристів і кількості туроднів, наданих туристам за три роки.

3) Протягом трьох років туристи, обслуговані туристським підприємством, що аналізується, напевно, подорожували з різною метою, яку слід проаналізувати за допомогою табл.3.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо розподілу туристів, які подорожували зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання, побудувати графіки динаміки кількості туристів, які подорожували, за такою метою подорожі та їх структури.

Також у ході аналізу необхідно проаналізувати за допомогою табл.4 розподіл туристів, подорожуючих з кожною метою, наприклад розподіл туристів, які подорожували зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо структури туристів за цілями відвідування, побудувати графіки динаміки кількості туристів, які подорожували з цією метою.

Аналогічно можна провести аналіз розподілу туристів, які подорожували з метою дозвілля і відпочинку, з метою лікування, з метою

спортивно-оздоровчого туризму та з іншою метою. Отримані результати представити у вигляді таблиць і проілюструвати графічно.

Таблиця 1 – Основні показники обсягу наданих і реалізованих послуг туристського підприємства

Показник	Умовне позначення	Формула для розрахунку	Одиниця виміру
Кількість обслугованих туристів, у тому числі за видами:	$TUP$	$P.3.p.01.zp.1$	осіб
іноземних туристів	$TUP_{in}$	$P.3.p.02.zp.1$	-«-
іноземних туристів, обслугованих без поселення в закладах розміщення	$TUP_{inб/n}$	$P.3.p.03.zp.1$	-«-
туристів, які виїжджали за кордон	$TUP_z$	$P.3.p.04.zp.1$	-«-
туристів, які виїжджали за кордон, обслугованих без поселення в закладах розміщення	$TUP_{z,б/n}$	$P.3.p.05.zp.1$	-«-
туристів, охоплених внутрішнім туризмом	$TUP_a$	$P.3.p.06.zp.1$	-«-
Кількість туро-днів, наданих туристам	$T - Д$	$P.3.p.01.zp.11$	туро-діб
Кількість екскурсантів	$EKC$	$P.3.p.07.zp.1$	осіб
Обсяг наданих туристських послуг у тому числі:	$V_y$	$P.7.p.01.zp.1$	тис. грн.
іноземним туристам	$V_y^{ин}$	$P.7.p.02.zp.1$	-«-
туристам, які виїжджали за кордон України	$V_y^z$	$P.7.p.03.zp.1$	-«-
Витрати, пов'язані з наданням туристських послуг у тому числі:	$З_y$	$P.7.p.04.zp.1$	-«-
іноземним туристам	$З_y^{ин}$	$P.7.p.05.zp.1$	-«-
туристам, які виїжджали за кордон України	$З_y^z$	$P.7.p.06.zp.1$	-«-
Балансовий прибуток	$ПР_б$	$P.7.p.09.zp.1$	-«-
Середньооблікова кількість працівників	$P_{об}$	$P.7.p.13.zp.1$	осіб

Необхідно зробити висновки щодо структури обслугованих туристів залежно від мети подорожі. Охарактеризувати найбільші сегменти споживачів і надати пропозиції щодо перспектив розвитку окремих видів туризму в діяльності туристського підприємства.

Далі слід проаналізувати структуру обслугованих туристів за віковими категоріями. Отримані результати представити у вигляді табл.5 і проілюструвати графічно. Зробити висновки щодо вікового складу обслугованих туристів, визначити перспективні сегменти туристів і надати пропозиції щодо необхідності активізації маркетингової діяльності для залучення окремих сегментів споживачів.

Таблиця 2 – Динаміка основних показників обсягу наданих послуг туристського підприємства

Показники	Роки			Абсолютний приріст		Темп зростання			Темп приросту			Абсолютне значення 1% приросту	Середній рівень ряду	Середній темп зростання
	t <sub>1</sub>	t <sub>2</sub>	t <sub>3</sub>	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний					
Кількість обслугованих туристів, у тому числі за видами:														
іноземних туристів														
іноземних туристів, обслугованих без поселення в закладах розміщення туристів, які виїжджали за кордон														
туристів, які виїжджали за кордон, обслугованих без поселення в закладах розміщення														
туристів, охоплених внутрішнім туризмом														
Кількість туро-днів, наданих туристам														
Кількість екскурсантів														
Обсяг наданих туристських послуг, у тому числі:														
іноземним туристам														
туристам, які виїжджали за кордон України														
Витрати, пов'язані з наданням туристських послуг, у тому числі:														
іноземним туристам														
туристам, які виїжджали за кордон України														
Балансовий прибуток														
Середньооблікова кількість працівників														

Таблиця 3 – Розподіл туристів за метою подорожі

Мета подорожі	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
1.Службова, ділова, бізнес, навчання						
2.Дозвілля, відпочинок						
3.Лікування						
4.Спортивно-оздоровчий туризм						
5.Інші						
Всього		100		100		100

Таблиця 4 – Розподіл туристів, подорожуючих зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання

Показники	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Кількість обслугованих туристів, усього						
іноземних туристів						
іноземних туристів, обслугованих без поселення в закладах розміщення						
туристів, які виїжджали за кордон						
туристів, які виїжджали за кордон, обслугованих без поселення в закладах розміщення						
туристів, охоплених внутрішнім туризмом						

Таблиця 5 – Розподіл туристів за віковими категоріями

Показники	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Кількість обслугованих туристів, у т.ч.						
діти						
підлітки						
молодь						

Але для того, щоб зробити висновки щодо діяльності туристського підприємства недостатньо проаналізувати динаміку і кількість обслугованих туристів. Також важливими показниками, що відображають попит на послуги туристського підприємства є кількість наданих туристам туро-днів і кількість туро-днів на 1 туриста, тобто тривалість подорожі. Тому необхідно визначити, як за аналізований період змінилися ці показники (табл.6). Результати аналізу проілюструвати графічно. Зробити висновки щодо динаміки кількості туро-днів, наданих туристам за кожним типом туризму.

Таблиця 6 – Динаміка кількості туро-днів наданих туристам

Показники	Кількість туро-днів					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	всього-го	на 1 туриста	всього-го	на 1 туриста	всього	на 1 туриста
Кількість наданих туро-днів туристам усього, у т.ч.						
іноземним туристам						
іноземним туристам, обслугованим без поселення в закладах розміщення						
туристам, які виїжджали за кордон						
туристам, які виїжджали за кордон, обслугованим без поселення в закладах розміщення						
туристам, охопленим внутрішнім туризмом						

4) Якщо туристське підприємство обслуговувало іноземних і внутрішніх туристів, доцільно проаналізувати розміщення туристів на території регіону України (табл.7). За результатами аналізу зробити висновки, щодо найбільш популярних закладів розміщення в Україні, побудувати графіки.

Таблиця 7 – Структура розміщення туристів на території України

Назва показника	Усього туристів		У тому числі				Кількість туро-днів			
			громадяни України		іноземні туристи		усього		з них – надано іноземним туристам	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	т-д	%	т-д	%
Кількість туристів, розміщених на території регіону України, усього										
у тому числі були розміщені в: готелях										
санаторіях, пансіонатах з лікуванням, санаторіях профілакторіях										
будинках, пансіонатах, базах відпочинку										
кемпінгах										
мотелях										
турбазах, молодіжних таборах, центрах										
приватних засобах розміщення										

5) Далі необхідно проаналізувати дані про в'їзд іноземних туристів і дані про туристів, які виїжджали за кордон.

Якщо туристське підприємство обслуговувало іноземних туристів, доцільно проаналізувати їх структуру і розподіл за країнами прибуття. Результати аналізу представити у вигляді табл.8-9 і проілюструвати графічно. Зробити висновки щодо структури в'їзного турпотоку, надати пропозиції щодо перспектив розвитку в'їзного туризму.

Таблиця 8 – Структура обслугованих іноземних туристів

Показники	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Усього іноземних туристів, з них:		100		100		100
- у групах						
- індивідуалів						
Кількість туро-днів, наданих туристам						

Таблиця 9 – Розподіл іноземних туристів

Країни, з яких прибули іноземні туристи	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Країна 1						
Країна 2						
...						
Країна n						
Усього		100		100		100

6) Далі проаналізуємо динаміку і розподіл туристів, які виїжджали за кордон протягом трьох років (табл.10). Зробити висновки щодо динаміки кількості туристів і їх активності. Проаналізувати структуру туристів, які виїжджали за кордон і зробити висновки, щодо найбільш популярних напрямків туризму (країн, в які туристи виїжджають) і розвитку виїзного туризму. Результати аналізу проілюструвати графічно.

Таблиця 10 – Розподіл туристів, які виїжджали за кордон

Країни, в які виїжджали туристи	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Країна 1						
Країна 2						
...						
Країна n						
Усього		100		100		100



Слід враховувати, що туристи, які виїжджають за кордон, користуються різними видами транспорту, серед яких: повітряний, залізничний, автомобільний і морський, що обумовлено транспортною доступністю країн, а іноді й особливістю подорожі. Тому доцільно проаналізувати розподіл туристів, які виїжджали за кордон. Результати аналізу представити у вигляді табл.11 і проілюструвати графічно. Проаналізувати структуру туристів, які подорожували окремими видами транспорту. Наприклад, структуру туристів, які подорожували повітряним транспортом, проаналізувати за допомогою табл.12. Аналогічно можна проаналізувати структуру туристів, обслугованих залізничним, автомобільним і морським транспортом. За результатами аналізу можна зробити висновки.

Таблиця 11 – Розподіл туристів, які виїжджали різнорідними видами транспорту за кордон

Вид транспорту	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
1.Повітряний						
2.Залізничний						
3.Автомобільний						
4.Морський						
Усього		100		100		100

Таблиця 12 – Структура туристів, які подорожували повітряним транспортом

Назва країн, в які виїжджали туристи	Роки					
	t <sub>1</sub>		t <sub>2</sub>		t <sub>3</sub>	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Країна 1						
Країна 2						
...						
Країна n						
Усього		100		100		100

7) Важливим показником, що характеризує діяльність туристського підприємства є обсяг наданих туристських послуг у вартісному вимірюванні. Тому особливу увагу слід приділити аналізу фінансових показників. Зробити висновки щодо динаміки і структури доходів, виявити фактори, що впливають на їх зміни і надати оцінку їх впливу.

Далі слід проаналізувати динаміку і структуру витрат туристського підприємства і зробити висновки щодо їх динаміки і структури.

Проаналізувати динаміку отриманого фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування, зробити висновки щодо прибутковості (збитковості) роботи підприємства.

Зробити висновки щодо тенденції розвитку туристського підприємства, надавши оцінку динаміки загального обсягу і зміни структури наданих послуг. Визначити резерви збільшення обсягів реалізації туристських послуг. Сформулювати пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності туристського підприємства, запропонувати можливі заходи, спрямовані на збільшення обсягів реалізації туристських послуг.

1. Доля В.Т. Экономический анализ: теория и практические методики. – К.: Кондор, 2003. – 208 с.

2. Костюк В.О. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств міського господарства. – Харків: ХДАМГ, 2002. – 162 с.

3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. – К.: Знання, 2005. – 662 с.

4. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 128 с.

*Отримано 18.04.2008*

УДК 339.13

В.В.ПЕТРОВА, Л.В.ЩЕРБИНА, канд. екон. наук  
*Харківська національна академія міського господарства*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ТИПУ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Розглядається особливість конкурентоспроможності в галузі санаторно-курортного туризму, а саме – формування конкурентних переваг та проблеми і перспективи розвитку санаторно-курортного комплексу Харківського регіону.

В умовах розбудови української держави туризм став важливим видом господарювання та надходження значних коштів до державного бюджету. Завдяки своєму розвитку санаторно-курортний туризм визнається як пріоритетна галузь економіки України, та має вагоме значення на регіональному рівні. Харківський регіон – є стратегічно важливим для розвитку даного виду туризму та створення курортів державного та міжнародного значення. Санаторно-курортному сектору Харківщини характерні найбільші конкурентні переваги (вдале географічне положення, чисельна кількість мінеральних джерел, популяризація рекреації серед громадян та гостей регіону) серед інших видів туризму в регіоні, що робить його продукт потенційно конкурентоспроможним.

Актуальними стають дослідження конкуренції та конкурентоспроможності в сфері санаторно-курортного туризму, оскільки через специфіку даної галузі, вивчення конкурентоспроможності та поведінки підприємств в умовах конкурентного середовища набагато відріз-